

Los Webinars como eje de comunicación de las escuelas de negocio en la pandemia, según Portal MBA

Durante el confinamiento, Facebook y Twitter han sido los canales en los que las Escuelas de Negocio más aumentaron su frecuencia de publicación y en consecuencia su nivel interacción. Por el contrario, en Instagram la interacción disminuyó. Las escuelas han mantenido una comunicación positiva e implicada con la situación con mensajes esperanzadores por un lado y apostando por el análisis crítico de la situación a través de sus expertos por otro lado

PortalMBA.es, el ranking de másters MBA de España, patrocina un año más el estudio sobre la presencia en redes sociales de las Escuelas de Negocio con sede en España y que elabora la agencia digital Marketalia.

En un año en el que las Escuelas de Negocio han tenido que tomar distancia física con sus alumnos, se ha observado cómo muchos centros se han apoyado en el contenido en formato vídeo para difundir su conocimiento y dirigirse a sus alumnos o grupos de interés, hecho que ha propiciado un impulso de plataformas como YouTube generando un incremento superior al 38% en los seguidores de los perfiles de las escuelas.

Durante la pandemia las escuelas han sabido mantenerse en la conversación de la crisis sanitaria, generando una serie de contenidos relacionados con la situación que han aportado valor a sus comunidades (webinars, mesas redondas, debates, artículos... etc)

Para analizar en detalle estos y otros aspectos, PortalMBA.es publica el VI Estudio sobre la presencia de las Escuelas de Negocios en Redes Sociales, en el que se han seleccionado los 99 centros más prestigiosos de España (*). Este estudio ha sido patrocinado por Portal MBA (portalmba.es) y realizado por la Agencia de Marketing Digital Marketalia (marketalia.com).

El IE Business School vuelve a ser la Escuela de Negocios que más seguidores obtiene con la suma de todas sus redes sociales, seguido de EAE Business School en un segundo puesto e IESE Business School Universidad de Navarra en un tercero.

Instagram se mantiene como la red social en la que las Escuelas de Negocio han visto incrementar más su comunidad, aunque han mostrado un menor ritmo de publicación.

Pese al crecimiento de Instagram, Facebook continúa siendo la red social con mayor comunidad seguido de LinkedIn.

Un vistazo en profundidad

Facebook y LinkedIn son las plataformas que mayor número de usuarios concentran: 2.578.503 y 1.700.662 respectivamente, con una notable diferencia respecto al resto de redes. Sin embargo, a lo largo del 2020, los mayores crecimientos llegaron de la mano de Instagram (57,70%), junto con YouTube (38,30%) y LinkedIn (30,08%). No obstante, el crecimiento de Instagram, pese a ser el mayor de todos, parece estabilizar su curva de crecimiento frente al año 2019 cuando fue del 238%.

‘Ranking’ de seguidores de las Escuelas de Negocios en Redes Sociales

En el ranking general, IE Business School, con 506.603 usuarios, es un año más la Escuela con mayor volumen de seguidores en el entorno de Social Media. En segunda posición se encuentra EAE Business School (350.901seguidores), y en tercer lugar figura IESE Business School Uiversidad de Navarra (343.427seguidores).

(*) El VI Estudio de Presencia de las Escuelas de Negocio en las Redes Sociales, analiza 99 Escuelas de Negocios, seleccionadas a través del Ranking de Escuelas de Negocio del CSIC, el listado de Escuelas de Negocios asociadas a la Asociación Española de Escuelas de Negocios y las que son miembros de la Asociación Española de Escuelas de Dirección de Empresas.

Datos de contacto:

Javier Maldonado
917924454

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce Webinars](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>